



Оценка степени удовлетворенности потребителей качеством мясной продукции

Свинцов Александр Сергеевич, 2курс, гр ТВ-21, СибУПК. г.Новосибирск. Швецов Сергей Сергеевич, 2курс, гр ТВ-21, СибУПК. г.Новосибирск

Научный руководитель: Табала.Е.Б канд. Техн. Наук, доцент, профессор кафедры СибУПК. г.Новосибирск

Проблема исследования

В современном обществе все больше людей обращают внимание на качество и происхождение продуктов питания, особенно мясной продукции. Однако, что скрывается за понятием мясной продукт может быть сложной задачей для потребителей. В данной работе предлагается разработка мобильного приложения, которое поможет покупателям оценить качество предлагаемой на потребительском рынке мясной продукции.

Цель исследования:

Создание удобного и надежного инструмента для покупателей, позволяющего получить информацию о качестве мясной продукции, а именно информацию о ее происхождении, составе, уровне безопасности и соответствии требованиям нормативных документов.

Актуальность:

Впервые определена возможность потребителю отличить мясную от мясосодержавшей продукции.

Технология исследования проблемы

Приложение будет предоставлять возможность оставлять отзывы о качестве мясной продукции, что поможет другим категориям потребителей принять информированное решение о представленной на потребительском рынке мясной продукции.

В ходе исследования будет проведен анализ существующих мобильных приложений для знакомства покупателей с качеством продуктов питания, а также проведены опросы и интервью с покупателями и производителями мясной продукции для выявления их потребностей и предпочтений.

На основе полученных данных будет разработан прототип мобильного приложения, который будет протестирован на группе пользователей.

Решение поставленной проблемы:



Текущие результаты: Исследование рынка: Определение спроса на подобные приложения, анализ конкурентов и их информационных продуктов.

Целевая аудитория: Основная целевая аудитория – удовлетворенный потребитель, способный в дальнейшем вновь совершить покупку понравившейся ему мясной продукции.

Стратегия продвижения: Использование целевой рекламы в социальных сетях, сотрудничество с производителями и продавцами мясной продукции, участие в выставках и событиях, связанных с пищевым производством

Способ сканирования штрих/qr/ или другого кода для воспроизведения графическо-текстовой информации для покупателя, исходя из этого можно оценить реальное качество продаваемой мясной продукции, как в крупных, так и в мелких торговых предприятиях.

Выстраивание отношений с производителями путем убеждения и обсуждения изобретения, с точки предоставления информации о продукции, что может позволить привлечь новых покупателей, усовершенствовать качество

Выстраивание отношений с потребителями через нововведенный гаджет, который может позволить удостовериться в качестве, составе, как за счет информации от поставщика, так и благодаря отзывам покупателей

